


I. SEÒUL. U



서울공예클러스터 사업수행계획서

2016.10.14.

(사)한국지역산업문화협회  KOLICA
한국지역산업문화협회
KOREA LOCAL INDUSTRIAL CULTURE ASSOCIATION

CONTENTS

1. 기본사업

- A. 실태조사 보고서
- B. 인사동(서울) 가격 보고서
- C. 공청회, 간담회, 자문회의
- D. 북촌공예지원센터 네이밍 계획

2. 브랜드 사업

- E. 브랜드제작 계획
- F. 패키지 디자인 계획
- G. 문화상품 프로그램

3. 센터 구축 사업

- H. 인테리어
- I. 기자재 계획
- J. 마케팅교육 프로그램
- K. 공예 교육 프로그램
- L. 소외계층과 함께하는 전통 공예 체험

4. 전시·홍보·유통 사업

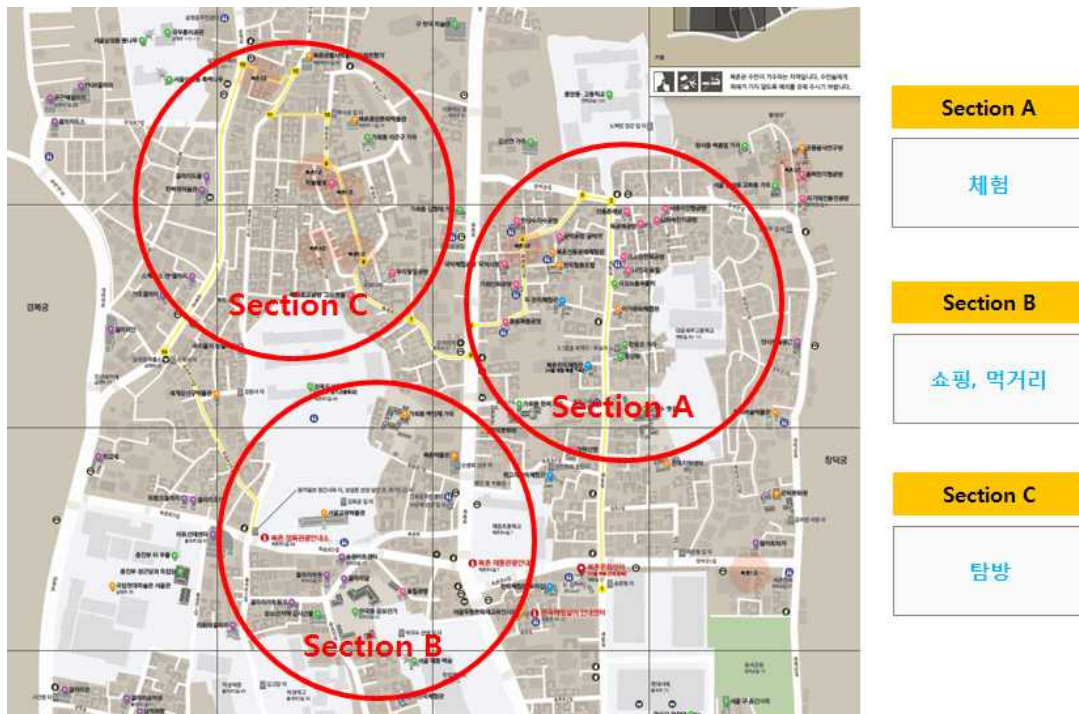
- M. 북촌 공방 및 지역 중심 전시
- N. 연계 전시
- O. 센터 홈페이지 제작
- P. SNS 홍보
- Q. 동영상 Youtube제작
- R. 비즈니스 유통기획
- S. 지자체와의 연계사업 및 홍보

5. 기타

- T. 예산
- U. 일정
- V. 인력풀
- W. 북촌공예클러스터 지도
- X. 공청회, 포스터
- Y. 북촌공예클러스터 초대장,
리플렛
- Z. 전시 도록, 포스터

1. 기본사업

기본사업에서는 북촌공예공방의 실태조사와 인사동중심의 서울공예품가격조사 사업이 중점으로 수행되며 실태조사의 근본은 본 사업인 서울공예클러스터 조성의 기본데이터로서 모든 항목의 데이터가 된다. 이를 바탕으로 브랜드와 패키지 교육, 마케팅, 전시프로그램이 전개되며, 각 사항에 따라 공청회와 간담회 혹은 자문위원회가 열린다. 기본 사업 중 북촌공예비즈니스센터의 새로운 네이밍 과정이 기본사업에 포함되어 있다.



[사진1] 북촌 실태조사 방향성 Zone

A. 실태조사보고서

기간 : 9월 30일 ~ 10월 31일까지

주관 : 셋강나루

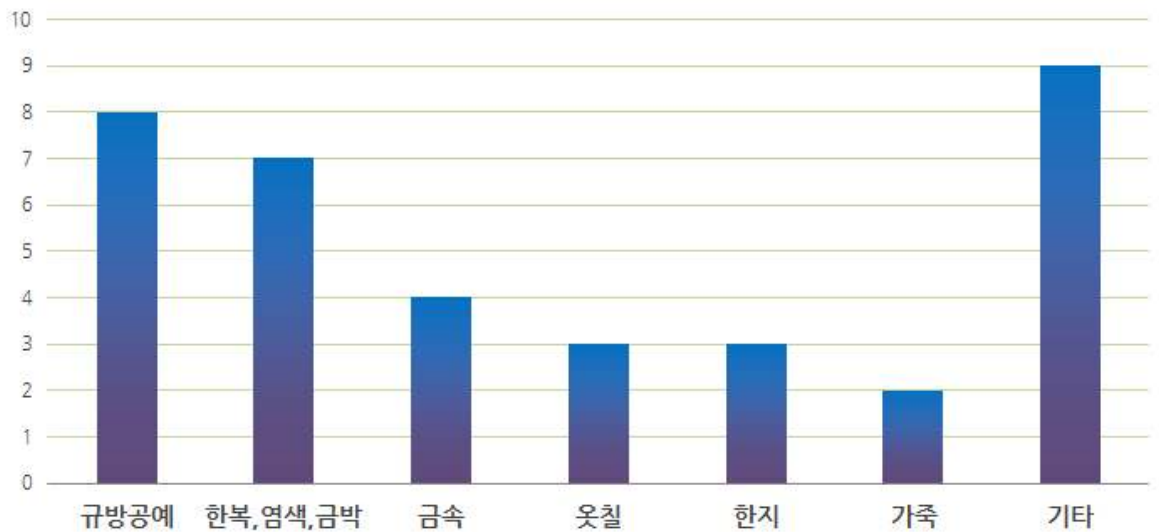
조사방법 : 1대1 심층 면접 방식으로 북촌 내 전체공방의 실태조사

현지조사 및 시사점 : 현재 북촌공예공방의 수(재료의 분류), 직원 수, 상품내역, 판매금액, 매출액 등을 수집 데이터를 통한 북촌공예비즈니스센터 수립의 데이터로 사용

문제점 분석 : 팔릴 수 있는 문화상품과 가격대 분석, 전시 및 체험프로그램의 현실성과 북촌지역주민의 공예공방에 관한 의식 및 관람하는 관광객의 트렌드 분석 등

[표1] 북촌 트렌드 현황

분류	내용
골목길	삼청동은행나무골목, 가회동 공방골목, 계동토박이골목, 원서동, 사간동, 안국동길
관광객	많은 관광객이 한복 임대 후 한옥을 배경으로 사진을 체험이 유행이 되었다.
상품	고급공예보다는 작고 저렴한 관광기념품이 많이 팔리는 추세
트렌드	요즘 관광객들은 지도에 체험공간을 체크하고 지나간 길의 특징을 쓰고 직접 그리는 지도 관광이 트렌드로 만들어지고 있다.



[표2] 북촌 공예공방 소재에 따른 분류표

B. 인사동(서울) 가격 보고서

기간 : 10월 15일부터 11월 15일까지

조사방법 : 조사원이 각 공예샵 방문 방식으로 가격대 수집.

조사범위 : 인사동 중심과 DDP, 두타 공예샵, 공예누리, 백화점 공예샵 등

현지조사 및 시사점: 인사동 공예품의 가격대가 어떻게 형성되어 있으며 그 이유를 분석하여 북촌공예공방에서 중요자료로 활용하여 합리적인 공예품가격대를 제시한다.

C. 공청회, 간담회, 자문회의

공청회

장소 : 정독도서관 제3세미나실

날짜 : 10월 11일 화요일 오후 3시

주제 : 북촌공예비즈니스센터 설립 및 방향성에 관한 설명 및 의견수렴

참여자: 북촌공예주체, 북촌주민, 공예문화산업 관계자, 서울디자인재단, 사업주관사

※ 간담회전 북촌전통공방협의회, 북촌협동조합, 북촌열두공방협회, 외 북촌내 공예공방 1:1
사전미팅진행 (9월 28일 ~ 10월 5일)

간담회 및 자문회의

브랜드, 마케팅, 교육, 전시, 홍보, 유통 관련 프로그램 개발 간담회

장소 : 한국지역산업문화협회 회의실, 북촌문화센터 회의실

날짜 : 프로그램관련 기획 상황에 따라 유동성 있게 진행

참여자 : 북촌공예비즈니스센터 인력풀

D. 북촌공예지원센터 네이밍 계획 및 확정

기간 : 9월 26일~10월 20일까지

네이밍 간담회 : 9월 29일 오후 6시

네이밍 전문가 풀 구성 : 남현우(서경대학교 시각디자인과 교수), 이자철 (관광기념품협회 이사장), 이재영(국제뉴스 마케팅본부장), 이경근(경북전문대학교 방송영상디자인과 교수), 이유범(창덕궁 소장), 신광석(서울대학교 명예교수), 이건만(문화상품전문가)

진행사항 : 네이밍 간담회후 6개의 안 확정

서울북촌공예지원센터, 서울북촌공예비즈니스센터

북촌공예디자인센터, 북촌공예사랑방, 북촌공예센터, 북촌공예중심.

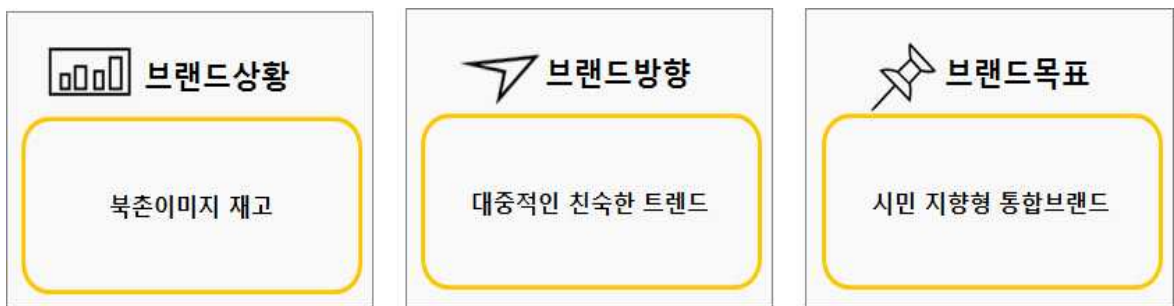
10월 11일 오후3시 정독도서관 3세미나실에서 공청회 후 투표로 결정

결정센터이름 : 서울북촌공예지원센터.

2. 브랜드 사업

북촌공예공방의 현 브랜드 시점은 콜라보를 통한 다양한 상품 개발이 이루어지고 있으나 큰 틀에서 북촌을 알리는 전체적인 기능을 할 수 있는 대표브랜드의 부재의 문제가 절실히 드러난다. 각 공방의 브랜드 발전과 북촌 통합 공예의 가치를 담아 서울 대표 지역브랜드로 활용하여 문화상품 제작 및 북촌공예마을 홍보에 적극적으로 활용한다.

실태조사보고서의 내용에 기반으로 북촌을 대표하는 브랜드를 만들어 내어야 하며, 생산자, 북촌 주민, 서울시민, 관광객, 공예전문가의 종합적 의견을 수렴하여 도출하여야 하며 그 결과에서 나오는 패키지 디자인은 포장지 제작으로 연결되어 각 공방에 지원사업으로 사용될 것이며 그 실행을 아래와 같이 진행한다.



[사진2] 북촌 대표브랜드 방향성

E. 브랜드제작 계획

기간 : 1차(10월1일~25일), 2차(10월 26일~11월 10일)

전문가 간담회 : 10월 8일 (토) 오전10시 (한국지역산업문화협회 회의실)

브랜드 전문가 인력풀 구성

간담회 : 10월 25일 (화) 북촌전통공예체험관 (간담회와 1:1의견수렴방식)

진행과정 : 브랜드 전문 인력풀 구성 → 지명공모 및 수주 → 2개 이상의 디자인 시안 제작
→ 간담회 → 확정

F. 패키지디자인 계획

브랜드 디자인 완성 후 패키지 제작

기간 : 10월 25일~ 11월 20일

포장지 종류 : 각 공방의 의견 수렴 후 제작

지원방법 : 북촌 내 사업자등록을 갖고 공예 공방을 운영하는 업체 중 선착순 신청 후 제작 지원 (금액 한도 내, 1/n)

G. 문화상품 프로그램

- 북촌을 알리고 소개할 수 있는 기념품 제작
(엽서, 카드, 열쇠고리, 컵받침, 머그컵, 연필꽂이, 뿔지, 거울, 책갈피, USB, 에코백 등)
제작 기간 : 10월10일~12월 20일
- 문화상품 Design Hub 구축.
- 각 공방 및 Shop연계 문화상품 개발 프로그램
다양한 유통망 제시 및 런칭 비즈니스, DDP, 공예누리, 면세점, 공예샵 등과 연계

Key Task A	1. 선물, 소장디자인	2. 한류디자인
문화상품	주고 싶고, 갖고 싶은 디자인 머그, 명함꽂이, 가방제작	한류관련 디자인공예상품 제작 및 지원
3. 광고 및 홍보효과	4. 문화상품 디자인	5. 전통문화
북촌공예를 폭넓게 알릴 수 있는 홍보 및 아이디어 창출	서울지역축제/대표문화상품 DDP 문화상품개발	용마루 잡상 불펜꽂이 제작, 북촌 풍경 이미지 책갈피 제작

[표3] 문화상품 개발프로그램



[사진3] 북촌 문화상품 방향성

3. 센터 구축 사업

센터구축 사업은 기존 닥종이 인형공방에서 사용하던 한옥을 북촌공예지원센터에서 필요한 기능이 접목된 인테리어를 통해서 센터의 기능을 충족시키며, 공예인들이 필요로 하는 기자재를 비치하고 임대해줌으로서 실질적인 혜택이 돌아가도록 하기 위한 사업과 센터에서 진행되는 교육프로그램 기획 및 실행에 관한 프로그램을 제작함으로써 북촌공예비즈니스센터를 구축한다.

H. 인테리어

장소 : 계동 2-131 (닥종이인형공방 자리)

기간 : 10월 15일부터 10월 30일까지

인테리어 방향 : 북촌공예비즈니스센터 기능으로 공예마을의 구심점이자 사랑방 기능 수행
간담회, 교육, 공연, 전시 등을 할 수 있는 멀티기능
서울시 소유 한옥 임대를 감안하여 최소한의 인테리어만 진행.
마당의 멀티 공간 활용

전문성 + 효율성을 갖춘 ONE STOP TOTAL SERVICE CENTER



[사진4] 북촌공예비즈니스센터 방향성

I. 기자재 계획

- 가구 : 사무실 책상2대분, 이동식 파티션, 좌식책상, 전시대 등
- 전자제품 : PC2대, 복합기, 노트북 5개, 빔프로젝트, 스크린, 이동식마이크스피커, 냉온시설, 냉장고, 청소기, 커피머신 등
- 기타 : 인터넷 전화 연결, 정수기, 전자레인지, 가스렌지, 차도구, 진공청소기, 싱크대비품 등

J. 마케팅교육 프로그램

- 기간 : 11월 8일 ~ 12월 20일
- 방법 : 공예마케팅전문가 인력풀에서 강사선정 7명을 매주 화요일 오전10시부터 12시까지 진행
- 장소 : 북촌공예클러스터센터
- 교육내용 : 강사 및 프로그램의 확정은 자문회의를 통해서 결정

[표4] 마케팅프로그램 스케줄

순번	날짜	주제	강사	직책
1	11월 8일	공방브랜드로 충성고객을 확보하자		
2	11월 15일	공예마케팅 방법론		
3	11월 22일	SNS미디어 활용 공예마케팅		
4	11월 29일	공방 창업 어떻게 할 것인가?		
5	12월 6일	유튜브 동영상 마케팅		
6	12월 13일	공예품 디자인의 현황과 미래		
7	12월 20일	공예문화산업 활성화 방안		

K. 공예교육 프로그램

- 기간 11월 9일 ~ 12월 21일
- 방법 : 공예전반과 공예창업 주제를 선정하여 전문가가 공예가 및 공예전공자, 창업희망자 지역주민을 위한 교육프로그램을 각 7인을 선정하여 매주 수요일 오후 2시부터 4시까지 진행
- 교육내용 : 강사 및 프로그램의 확정은 자문회의를 통해서 결정.

[표5] 공예프로그램 스케줄

순번	날짜	주제	강사	직책
1	11월 9일	한국의 전통공예와 현대공예		
2	11월 16일	서울공예의 정체성과 북촌공예공방의 의미		
3	11월 23일	북촌 내 공방창업 멘토링 _ 전통		
4	11월 30일	북촌 내 공방창업 멘토링 _ 현대		
5	12월 7일	북촌 내 공방창업 멘토링 _ 디자인		
6	12월 14일	조선공예 미학		
7	12월 21일	공예문화산업 활성화 방안		

L. 소외계층과 함께하는 전통 공예 체험

기간 : 11월10일~23일

장소 : 북촌공예비즈니스센터와 북촌일대 공방

교육주체 : 북촌 내외 공예작가

대상 : 소외계층(장애인, 노인, 저소득층 등) 및 일반인

소재 : 규방, 한복, 염색, 금박, 옷질, 한지, 가죽, 기타(북촌 내외 공예공방) 등

내용 : 문화소외계층이 풍부한 문화체험을 할 수 있도록 재능기부

강사 : 강사 및 프로그램의 확정은 자문회의를 통해서 결정.

[표6] 체험프로그램 스케줄

순번	날짜	주제	강사	직책
1	11월 10일	규방공예를 통한 전통차잔받침 만들기		
2	11월 17일	천연 염색 체험		
3	11월 24일	공예기법을 활용한 목걸이 만들기		
4	12월 1일	금속공예를 통한 핸드메이드 반지 만들기		
5	12월 8일	전통매듭을 이용한 열쇠고리 만들기		
6	12월 15일	전통한지공예를 통한 보석함 만들기		
7	12월 23일	가죽공예를 통한 팔찌 만들기		

4. 전시 · 홍보 · 유통사업

전시사업은 센터와 연계하여 북촌전통공예체험관, 북촌문화센터와 각 공방을 연결하여 순회전시를 진행한다. 이 전시는 세 가지의 주제로 첫째, 쓰임과 디자인. 둘째, 북촌 공예의 아름다움. 셋째, 슬로우 시티를 주제로 북촌공예의 정체성을 전시로 표현하여 대표 서울공예촌의 면모를 보여준다.

홍보사업에는 지원센터 홈페이지제작을 통해 북촌공예비즈니스센터를 설명하고 각 공방페이지로 연결되어 한눈에 북촌공예공방을 볼 수 있는 플랫폼 레이아웃을 사용하며, 각 공방의 제작과정 상품 등을 동영상제작하여 유튜브 마케팅에 연동하고 Icon TV, 카카오 메이커스 등과 연동하여 홍보한다.

유통사업은 북촌공방제품의 새로운 판로를 개척하고 그것을 지속시켜주는 사업으로 DDP, 공예샵, 면세점 등의 유통점 확보와 비즈니스기획을 통한 지원사업이다.

M. 북촌 공방 및 지역 중심 전시

기간 : 11월1일~12월 20일

장소 : 북촌공예비즈니스센터 및 연계 전시 공간

대상 : 북촌 내 입주 공예작가

주제

①. 쓰임과 디자인

→ 공예의 쓰임과 현대 디자인이 접목하여 북촌을 방문하는 젊은이와 관광객들의 전시호응 유도

②. 북촌공예의 아름다움

→ 공예의 본질적인 아름다움 명품으로 표현하는 일품공예로서의 북촌공예의 아름다움을 전시

③. 슬로우 시티

→ 한옥과 골목에서 느끼는 느낌의 미학은 공예가가 재료를 오랜 시간 다듬어 명품을 만드는 것과 같다. (시민과 함께하는 북촌 슬로우 시티 전시 개최)

N. 연계 전시

기간 : 11월9일~11월 30일

장소 : 북촌 통합 브랜드 런칭 전시로 북촌 내 공방작가들의 대표작품을 북촌과 연계한 전시장에서 런칭쇼로 진행, 북촌 스타프로젝트 가동 (젊고 유능한 젊은 작가를 선정하여 전시, 인터뷰, 홍보를 중점적으로 진행하여 스타작가로 부상시키는 이벤트)

O. 센터 홈페이지 제작

기간 : 11월10일 (1차 오픈), 12월20일 (최종오픈예정)

주관 : 홈페이지 제작사

내용 : 북촌공예비즈니스센터 홈페이지 및 SNS계정

→ 북촌 내 운영되는 전 공방을 대상으로 한 정보공유 시스템 구축

(현 상황은 북촌 내 모바일 홈페이지 중 13개는 북촌전통공방협의회에서 단체 제작한 네이버 모두 홈페이지로 공방을 알리는 기능만 사용 사용자 커뮤니티는 없는 상황이며, 정상적으로 운영되는 곳은 30%도 미만 상황이며, 2명의 젊은 공방운영자가 블로그, 페이스북, 인스타그램을 통해서 마케팅을 하고 있다.)

북촌 내 각각의 공방을 대상으로 한 플랫폼 제작

→ 유튜브(Youtube)와 연계, 영상을 통해 공예작가의 숨씨와 감성 전달

P. SNS 홍보

기간 : 11월1일~12월25일

발간 : 11월 1일 (화)

주관 : 홍보팀

방법 : 공예 미디어 SNS-온라인·오프라인 (Facebook, Instagram, Naver Blog, Kakao story 등)의 매체를 적극 활용

→언제든 쉽게 포스팅 / 업데이트 가능, 다양한 분야와의 소통, '공유'기능을 통한 신속한 정보의 확산

Q. 동영상 Youtube제작

기간 : 11월 15일 예정 (홈페이지 제작 연동)

발간 : 12월 1일 (목)

주관 : 홈페이지 제작사

방법 : 북촌 내 공예 공방을 대표 및 홍보 할 작가를 선정하여 동영상 촬영.

각 공방의 스토리텔링과 핸드메이드의 감성을 담은 3분 영상 제작.

페이스북, Icon TV, 카카오 메이커스 연동 홍보

R. 비즈니스 유통기획

자체 유통망 개발 계획

기간 : 11월1일~12월20일

주관 : 셋강나루

방법 : 북촌공예공방의 의견수렴 후 유통방법 확보

다양한 유통망 제시 및 런칭 비즈니스, DDP, 공예누리, 면세점, 공예샵 등과 연계

내용 :

Key Task A	통합브랜드 전문 매장	프리마켓
북촌 공예품 전문샵	공예품+패키지디자인	북촌공예품 유통 활성화와 다양한 공예작가 참여기회 부여
Key Task B	서울 공예	런칭전시
관광 문화 상품	DDP, 인천공항 ‘더방’, 광화문 ‘한글누리’, 청와대 사랑채, 공예누리	북촌대표 브랜드의 런칭전시, 스타작가 프로젝트

[표7] 북촌 유통 비즈니스 방향성

S. 지자체와의 연계사업 및 홍보

종로구청, DDP, 인사동, 서촌, 동촌을 연계한 북촌공예비즈니스센터 사업 홍보 및 연계 사업으로 시너지 효과 증대

5. 기타

T. 예산

세부 가격산출 내역서

(단위 원)

세목	항목	금액	비교
인건비	320만원 X 1명 X 3월	9,600,000	15.1%
	250만원 X 1명 X 3월	7,500,000	
	160만원 X 2명 X 3월	9,600,000	
	아르바이트 4명x60,000원x30일	7,200,000	
직접경비	인사동, 서울 가격분석	5,000,000	73.5%
	브랜드, 패키지디자인, 문화상품	40,000,000	
	센터사이트 제작	20,000,000	
	센터 공간설계	10,000,000	
	기자재 구입	10,000,000	
	북촌실태분석	30,000,000	
	비즈니스, 유통기획 개발비	14,856,000	
	홍보비, 공방지도포함	15,000,000	
	전시, 행사 진행비 (대관, 도록, 리플릿, 포스터 등)	20,000,000	
	업무추진비	공청회, 간담회 3회	
자문위원회 3회		5,000,000	
답사, 자료수집		5,000,000	
간접경비	일반관리비	10,524,000	4.7%
계		224,280,000	100%

[표8] 산출 내역서

U. 인력풀

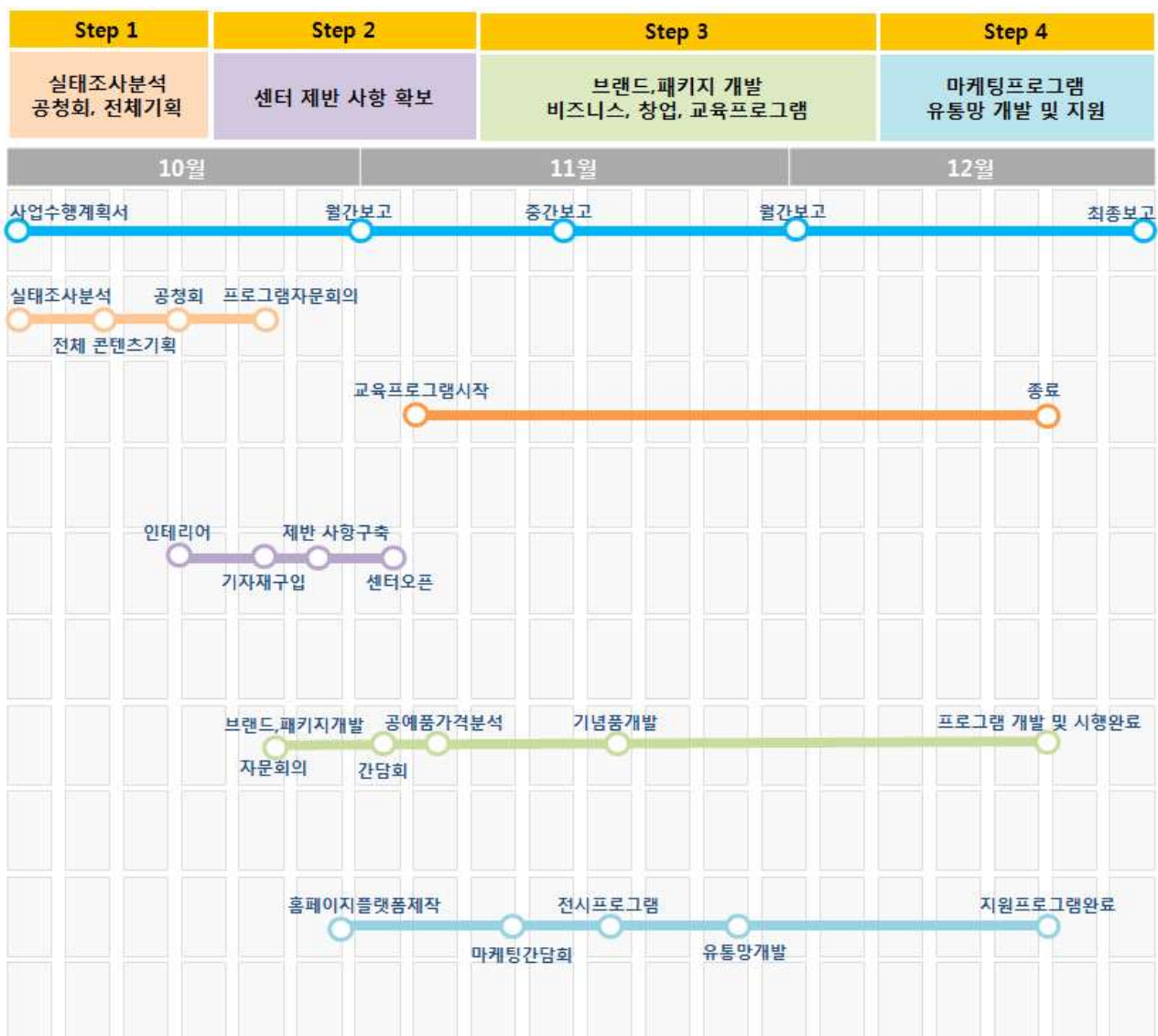
서울공예클러스터 북촌공예비즈니스센터 인력풀

	이름	분야	현직
1	고광훈	창업	창업신문 지사장
2	권도원	창업	경영지도사
3	권혜영	이미지메이킹	국제대학교 뷰티미용학부 교수
4	김광신	마케팅	마이마스터즈 플랫폼 사장
5	김동희	기획	한국라쿠협회 회장
6	김봉희	공예	한국공예가협회 이사
7	김성민	기획	공주대학교 조형디자인학부 교수
8	김원길	디자인	국립중앙박물관 디자인 팀장
9	김은평	마케팅	(주)무늬공방 이사
10	김정석	공예	홍익대학교 디자인대학원 교수
11	남현우	디자인	상원미술관 부관장
12	박종철	마케팅	한옥박람회 사무총장
13	박혜신	문화상품	서경대학교 디자인학부 교수
14	손동범	디자인	디자인진흥원 New-Biz 팀장
15	신광석	공예	서울대학교 디자인대학 명예교수
16	신재협	공예	서울과학기술대학교 금속공예학과 교수
17	신창렬	마케팅	LG애드 상무
18	오동규	기획	세계아트디자인페스티벌 예술감독
19	원복자	공예	단국대학교 도예학과 교수
20	유병록	문화상품	한국관광기념품협회 이사
21	이건만	문화상품	이건만A&F 대표
22	이경근	네이밍	경북전문대학교 방송영상디자인과 교수
23	이동희	문화상품	디자인모닝 대표
24	이승환	디자인	동양대학교 디자인학부 교수
25	이시다조	마케팅/일본	교토예술교류협회 이사장
26	이유범	전통	창덕궁 소장
27	이자철	마케팅	관광기념품협회 이사장
28	이재언	평론	전 선화랑 관장
29	이재영	마케팅	국제뉴스 마케팅본부장
30	이재익	디자인	서경대학교 시각디자인학과 교수
31	이현정	문화상품	국립중앙박물관 문화재단 디자인팀장
32	자오신	공예/중국	경덕진도자대학교 교수
33	장웬지	공예/중국	광저우 예술대학교 공예디자인학과 교수
34	정린	공예/중국	청화대학교 예술디자인학과 교수
35	최병진	공예	서울과학기술대학교 도자문화학과 교수
36	최보아	문화상품	서울여자대학교 디자인학부 교수
37	최재용	SNS	한국소셜미디어진흥원 원장
38	편정민	디자인	서울과학기술대학교 시각디자인학과 교수

[표9] 인력풀

V. 스케줄표

4단계의 일정을 기준으로 실태조사 분석과 공청회를 1단계, 센터구축을 2단계 브랜드, 패키지 개발, 교육프로그램 개발을 3단계로 진행하며 4단계 마케팅프로그램과 유통망 개발 및 지원사업을 마무리하고 있다. 교육과 마케팅 프로그램은 유사 교육프로그램으로 한 번에 진행하고 프로그램 데이터와 교재를 완성하고 최종보고서를 작성한다.



[사진5] 서울공예클러스터 스케줄표

W. 북촌공예공방 지도

기간 : 10월1일 ~ 11월20일

발간 : 11월 20일

주관 : 디자인팀

진행과정 : 북촌공예지원센터를 중심으로 한 북촌 코스별 지도 디자인

→ 북촌 내 입주한 공방의 위치 및 현황 파악 → 섹션구성(체험관, 갤러리 등) → 지도제작

관광과 융합한 경로를 통한 지도 제작

→ 한옥마을 코스, 갤러리 코스, 체험 공방 코스, 장인 공방 코스 등

이벤트 진행

→스탬프 이벤트 : 지도 내 지정된 코스의 공방을 모두 방문한 관광객에게 소정의 선물증정

X. 공청회, 간담회 관련 인쇄물

기간 : 1차-10월11일 예정, 2차-10월23일 예정

발간 : 각 필요날짜

주관 : 디자인팀

인쇄물 : 프로그램 안내 포스터, 교육프로그램 교재, 배너, 간담회 현수막 등

목적 : 1. 프로그램 진행사항 및 기간 공지

2. 서울공예클러스터 홍보의 시각적 효과를 위한 디자인 결과물

Y. 북촌공예클러스터 초대장, 리플릿

기간 : 10월20일~11월20일

발간 : 각 필요날짜

주관 : 디자인팀

목적 : 서울공예클러스터(북촌 공예비즈니스센터 설립 및 운영)에 관한 소개

북촌 통합 공예 브랜드 개발 계획(브랜드 방향·목표)제시

접근성이 용이한 간단한 지도 제공

Z. 전시 도록, 포스터

기간 : 10월25일~12월15일

발간 : 각 필요날짜

주관 : 디자인팀

목적 : 서울공예클러스터사업 관련 전시 등을 알리는 포스터와 전시사업에서 진행되는 전시 도록사업.